

(目次)

【1】.情勢・環境変化に対応した経営を目指す

- ① ドル/円 推移 その影響
- ② NY原油価格 推移 その影響
- ③ トランプ大統領就任と相互関税の発動
- ④ イスラエル・ハマス | 停戦合意後も続く先行き不透明感
- ⑤ ウクライナ・ロシア | 米国の和平案が左右する戦局



【2】.家計調査報告から見た暮らしの変化

- ① 総評 (様々な内外要因による地域経済や家計への影響は顕著です)
- ② 2022~2025年の実収入/可処分所得/消費支出の推移
- ③ 2022~2025年の主要費目別/消費支出
- ④ 2022~2025年の主要食品/消費支出

【3】.小売業の動向

- ① 小売業売上ランキング 10
- ② チェーンストア 買上点数減も値上げ・コメ高騰がカバー
- ③ 食品スーパー コメ高騰と総菜がけん引
- ④ コンビニ 客単価増も客数は4年ぶり減少
- ⑤ 百貨店 売上減も客数は過去最高に
- ⑥ 25年食品値上げ2万品目超 2年ぶり水準、家計に負担

【4】.飲食業の動向

- ① 2019~2025年 売上高・客数・客単価の推移
  - イ) <売上高> = 経営の源泉
  - ロ) <客数> = 企業支持力のバロメーター
  - ハ) <客単価> = 一品単価と客数で客層と顧客満足度が左右される。
- ② 2025年 飲食業 業態別数値 ※前年伸長で考察
  - イ) <ファーストフード>の伸長率
  - ロ) <ファミレス>の伸長率
  - ハ) <業態別> 2025年売上高伸長率
  - ニ) <2025年の「飲食店」倒産>、過去最多の900件。3年連続の増加

【5】.2022年ヒット商品 ランキング30

- 1位: 大阪・関西万博 with ミヤクミヤク
- 2位: 映画『国宝』
- 3位: Nintendo Switch 2
- 4位: 「平成女兒売れ」(たまごっち、セボンスター等)
- 5位: せいろブーム

(亀岡の観光=抜粋)



保津川下り

湯の花温泉



トロッコ列車 (亀岡  
⇄嵐山)

サンガスタジアム  
by KYOCERA



「夢コスモス園」

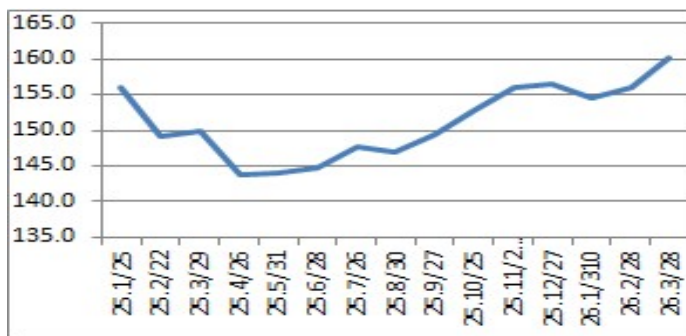
【1】情勢・環境変化に対応した経営を目指す

参考: Reuters=商社・日経・他

(はじめに) 2025年は、①コロナ問題収束 ②ロシアによるウクライナへの軍事侵攻は長期化の様相です。③2025年1月20日米国による(トランプ関税)が発動され、各国でこの対応に追われました。④エネルギー問題・原油を始めとする各資源価格の高騰は続いており先行き不透明感が御座います。⑤また気候変動による地球温暖化影響は、豪雨・水害、干ばつ等の影響で農水畜産物にも大きな影響を与えております。⑥更には中東紛争も複雑化し2026年3月中東では複合的要因が刻々と変化しております。⑦少子高齢化問題・人手不足の問題も深刻な問題となっております、目まぐるしく変化する情勢の変化には注視し事業活動活動に活かしてまいりましょう。

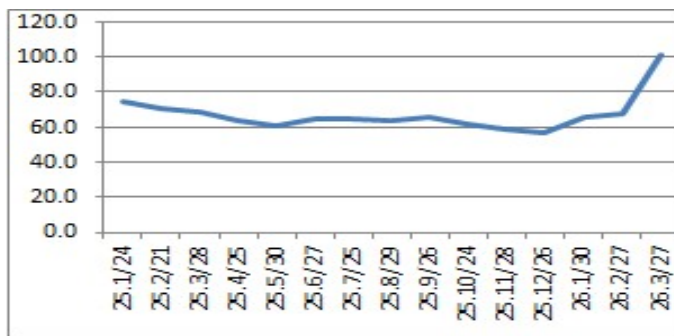
① ドル/円推移

※日経資料編集作成/ K・リソース



ドル(円)	25.1/25	155.9	NY原油(ドル)	25.1/24	74.6
ドル(円)	25.2/22	149.1	NY原油(ドル)	25.2/21	70.3
ドル(円)	25.3/29	149.8	NY原油(ドル)	25.3/28	69.0
ドル(円)	25.4/26	143.8	NY原油(ドル)	25.4/25	63.2
ドル(円)	25.5/31	144.0	NY原油(ドル)	25.5/30	60.8
ドル(円)	25.6/28	144.7	NY原油(ドル)	25.6/27	65.1
ドル(円)	25.7/26	147.6	NY原油(ドル)	25.7/25	65.1
ドル(円)	25.8/30	147.0	NY原油(ドル)	25.8/29	64.0
ドル(円)	25.9/27	149.5	NY原油(ドル)	25.9/26	65.2
ドル(円)	25.10/25	152.8	NY原油(ドル)	25.10/24	61.4
ドル(円)	25.11/29	156.1	NY原油(ドル)	25.11/28	58.5
ドル(円)	25.12/27	156.5	NY原油(ドル)	25.12/26	56.9
ドル(円)	26.1/310	154.6	NY原油(ドル)	26.1/30	65.7
ドル(円)	26.2/28	156.0	NY原油(ドル)	26.2/27	67.3
ドル(円)	26.3/28	160.2	NY原油(ドル)	26.3/27	101.2

② NY原油価格推移 WTI/1バーレル/\$



①ドル/円推移

※日経資料編集作成/K・リソース

・25年夏頃より円安傾向となっており、輸出産業には、好影響ですが、輸入物価が高くなり、資源価格の上昇に加え原材料の値上りは、製造コスト値上がり⇒商品価格転化、家計負担の重し、消費の冷え込みには敏感には、対処してまいりましょう。

② NY原油価格推移 ※国内価格は、中東・北海油田なども連動するので参考まで。

表記の原油価格は、NY(WTI)原油価格の推移です。 グラフでも分かるように、2025年年初から下降傾向にあり、一時は1バーレル=60 \$を下回りましたが、2026年に入り3月末には、イラン情勢が緊迫化し原油価格は1バーレル=100 \$を超えました。 価格下落時は、ゆるやかですが、上昇時は急速に上がり、仕入価格にも早く反映するので、特に注意が必要です。 またガソリン・軽油の値上り、人件費の値上り等は、商品価格に反映されますので、注視が必要です。

③ トランプ大統領就任と相互関税の発動

2025年1月20日、ドナルド・トランプ氏が第47代米国大統領に再選・就任しました。 同氏は、米国の貿易赤字を「国家の緊急事態」と位置づけ、同年4月には各国に対して輸入品に関税を課す政策を発表。 さらに、米国の貿易赤字国に対してはより高い「相互関税」を課すことを宣言し、各国との交渉を本格化しました。 企業はサプライチェーンを含め様々な対応の見直しを余儀なくされました。 このように相互関税は、我が国にも多大な影響を及ぼし貿易に混乱をもたらす要因となりました。

④ イスラエル・ハマス | 停戦合意後も続く先行き不透明感

10月9日イスラエルとハマスは米国の和平案を受け入れ停戦に合意。 中東地域は、産油国が集中する地域であり、我国の石油依存度は高く、同地域で地政学リスクが高まると原油価格が不安定になり、世界経済にも大きな影響を与えています。

⑤ ウクライナ・ロシア | 米国の和平案が左右する戦局

2022年2月に始まったロシアとウクライナとの戦争は、2025年11月現在、重大な転換点を迎えています。 米国はウクライナに対して和平案を提示しました。 提示された和平案には、ウクライナの運命、欧州の安全保障体制や世界経済に大きな影響を与える重大な分岐点となり、解決は予断を許しません。

【2】家計調査報告から見た暮らしの変化

①2022～2025年の実収入/可処分所得/消費支出の推移

総務省家計調査資料/編集

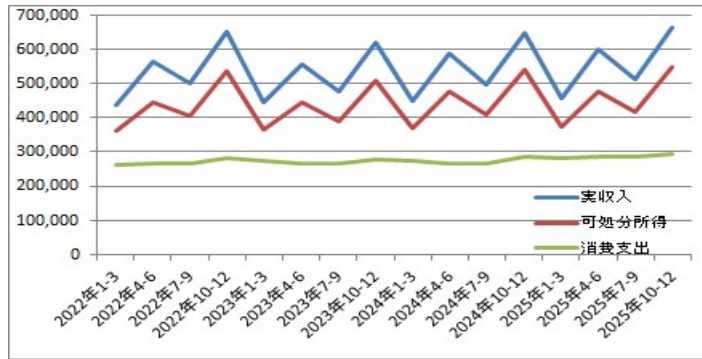
① 総評（様々な内外要因による地域経済や家計への影響は顕著です）

- ・ 近年の少子高齢化社会、円安、原油高、気候変動と農水産物等への影響
- ・ 1992年バブル崩壊後の失われた30年、デフレ長期化と中小企業の停滞
- ・ 2020～2023年の新型ウィルスコロナに夜社会生活の変化
- ・ 2022.2.24/ロシアによるウクライナ侵攻による穀物高騰及び資源価格高騰の長期化
- ・ 2025年のトランプ大統領就任と相互関税の発動（世界経済への影響）

② 2022～2025年の実収入/可処分所得/消費支出の推移

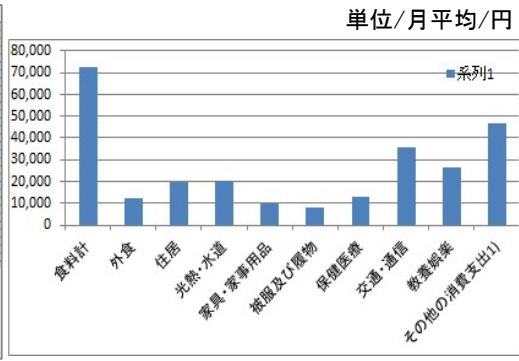
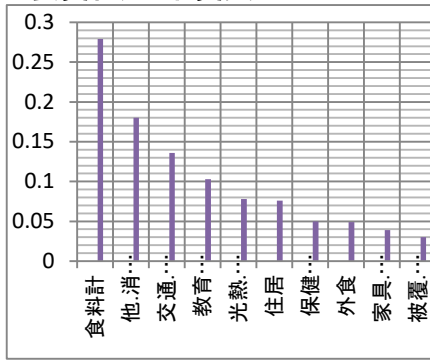
総務省家計調査資料/編集作成

- ・ 実収入は25年下期より上昇傾向、ゼロ金利から有金利へ
- ・ 可処分所得(手取り収入)は2025年下期より上昇傾向、新内閣で改革が進むか課題克服に期待
- ・ 消費支出は2025年当初より上昇傾向。主食の米をはじめ、生鮮食品・加工食品・その他の生活必需品の高騰が数値に繁栄しているものと考察する。
- ・ 2026年の政策実行に期待。



③ 2022～2025年の主要費目別/消費支出

(主要品目/構成比)	
食料計	27.9%
他消費支出	18.0%
交通・通信	13.6%
教育・娯楽	10.3%
光熱・水道	7.8%
住居	7.6%
保健医療	5.0%
外食	4.9%
家具・家事用品	3.9%
被覆・履物	3.0%



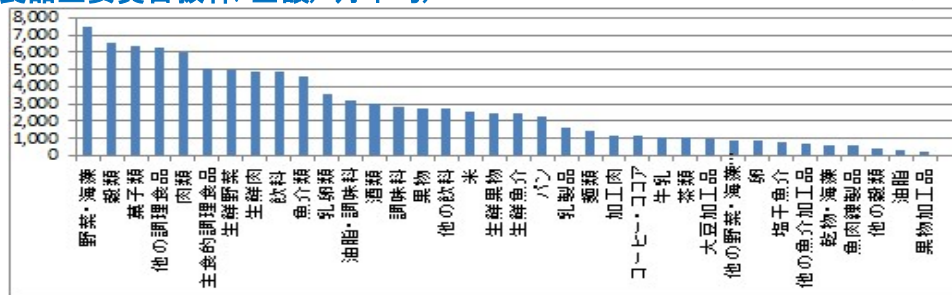
④ 2022～2025年の主要食品/消費支出

総務省家計調査資料/編集作成

※(食品主要費目抜粋/金額)=月平均)

単位/月平均/円

各項目で、  
考察すべき  
事象



主要費目	(商品価格/主要影響要因)
1 調理食品	・共働き世帯増 ・冷凍技術の向上 ・農産物高騰 ・為替/円安 ・省力化
2 野菜 海藻	・健康志向 ・海水温上昇 ・農水産物の不作 ・生育不良 ・原料輸入
3 野菜 果物	・健康志向 ・天候異変(干ばつ・水害) ・ハウスの燃料費 ・外国人労働者
4 魚介類・水産物	・海水温上昇 ・漁船燃料費 ・人件費 ・労働力不足 ・外国人労働者 ・倉敷料
5 麺類 米 穀類	・天候異変(水害・干ばつ) ・米価高騰 ・コメ流通の仕組 ・備蓄米放出 ・保管料
6 菓子類 パン	・天候異変(干ばつ・水害) ・原料高 ・資材・包材高 ・人件費 ・物流費高
7 肉類 加工肉	・飼料代高騰 ・原料高 ・資材・包材高 ・人件費 ・水光熱費 ・物流費高
8 乳卵類 乳製品	・飼料代高騰 ・鳥インフルエンザ ・為替/円安 ・水光熱費 ・物流費高
9 加工食品・コーヒー他	・天候異変(干ばつ・水害) ・原料高 ・資材・包材高 ・水光熱費 ・物流費高
10 飲料 調味料	・原料高 ・資材・包材高 ・販売価格高=自販機販売低迷 ・人件費 ・物流費高

【3】小売業の動向

新型コロナの影響(2020~2023年)を鑑みて、消費者ライフスタイル変化の対応力に明暗。情勢の戦争・温暖化影響等、原材料高騰・運賃・人件費その他への価格上昇対応力明暗。

① 小売業の売上高&営業利益ランキングTOP1~10位 2025/日経

順位	会社名	売上高	営業利益	営業利益率
1	イオン	8兆3900億1200万円	2102億7300万円	2.51%
2	セブン&アイ・HD	6兆378億1500万円	3916億5700万円	6.49%
3	ファーストリテイリング	2兆1300億6000万円	2362億1200万円	11.09%
4	ヤマダ電機	1兆5738億7300万円	387億6300万円	2.46%
5	ユニー・ファミリーマートHD	1兆2753億円	279億7400万円	2.19%
6	三越伊勢丹HD	1兆2688億6500万円	244億1300万円	1.92%
7	高島屋	9495億7200万円	353億1800万円	3.72%
8	ドンキホーテHD	9415億800万円	515億6800万円	5.48%
9	エイチ・ツー・オーリテイリング	9218億7100万円	227億6500万円	2.47%
10	ビックカメラ	8440億2900万円	270億5500万円	3.21%

⑥ 食品値上り/帝国データバンク引用

2022年、2万6千品目  
 2023年、3万2千品目  
 2024年、1万2520品目  
 2025年、2万609品目

(2026年値上げ予定) 飲食料  
 品、4月迄で1044品目。 ・野菜  
 ジュースや料理用清酒など「酒類・飲  
 料」他、冷凍食品やバックご飯等「加  
 工食品」が値上げ予定。

② チェーンストア 買上点数減も値上げ・コメ高騰がカバー

日本食量新聞=引用編集

2025年1~12月のチェーンストア総販売額(46社9479店舗)は12兆8675億円で、既存店前年比は2.2%増。

衣料品1.8%減。住関品0.4%増。食品全体は9兆864億円、3.5%増だった。

農産2.0%増。畜産2.4%増。水産0.4%増。惣菜3.4%増。その他食品4.6%増。年間通じ節約志向による買上点数の減少が続く、店頭価格の上昇やコメなど農産品の相場高で売上をカバー。

食品の四半期別販売額は、1-3月3.8%増、4-6月6.3%増、7-9月2.2%増、10-12月1.8%増となった。

③ 食品スーパー コメ高騰と総菜がけん引

日本食量新聞=引用編集

食品スーパー3団体がまとめた2025年1~12月の全店売上高は13兆1491億円(速報値、以下同)、前年比3.9%増だった。うち集計270社の既存店総売上高は12兆8998億円、2.8%増となった。コメ価格高騰が数字を押し上げたほか、年間を通じて総菜が好調だった。

全店の食品合計は12兆192億円(構成比91.4%)で前年比4.3%増(既存店3.1%増、以下同)。カテゴリー別にみると、生鮮3品合計は2.9%増(1.7%増)。うち青果3.5%増(2.4%増)、水産1.4%増(0.1%増)、畜産3.2%増(2.0%増)。近畿エリアは3.8%増(2.5%増)

保有店舗数別は以下の通り。▽1~3店舗0.5%減(0.5%増)▽4~10店舗2.2%増(1.8%増)▽11~25店舗4.0%増(2.9%増)▽26~50店舗3.0%増(2.6%増)▽51店舗以上4.3%増(3.0%増)。

④ コンビニ 客単価増も客数は4年ぶり減少

日本食量新聞=引用編集

コンビニの実績

日本フランチャイズチェーン協会(JFA)正会員7社統計より

2025年コンビニ売上高は全店12兆583億円(前年比2.2%増)、既存店11兆5848億円(1.9%増)、5年連続プラス。

2025年1~12月

	既存店	前年同月比	全店	前年同月比
売上高(億円)	115,848	101.9%	120,583	102.2%
客数(万人)	1,557,479	99.5%	1,634,142	99.8%
客単価(円)	743.8	102.4%	737.9	102.5%
店舗数			56,054	100.5%

日本フランチャイズチェーン協会

背景には高付加価値商品の投入やクーポン配布をはじめ販促施策の奏功に加え、過去最大の訪日外国人や大阪・関西万博の開催なども寄与した。

来店客数は全店ベースで163億4142万人(同0.2%減)、既存店ベースで155億7479万人(同0.5%減)といずれも4年ぶりに減少。前年が閏年で営業日数が多く、天候不順等も影響。

平均客単価は全店ベースで737.9円(同2.5%増)、既存店ベースで743.8円(同2.4%増)といずれもプラス。既存店は12年連続で前年を上回った。

⑤ 百貨店 売上減も客数は過去最高に 日本百貨店協会が発表

2025年1~12月の全国百貨店売上高は5兆6754億円。既存店前年比1.5%減。うち国内は5兆1087億円で0.1%減。インバウンドは5667億円、12.7%減。客数は621.4万人、2.9%増で過去最高。

- ・地区別売上ではく東京2.9%減、京都2.3%減、福岡5.0%減、大阪は0.3%増だった。
- ・商品別ではく衣料品2.2%減、身のまわり品7.5%減、雑貨2.2%増、家庭用品1.0%減。
- ・食品は0.4%減。うち生鮮3.5%減、菓子1.7%増、惣菜0.6%減、その他食品0.9%減。

⑥ 25年食品値上げ2万品目超 2年ぶり水準、家計に負担 帝国データバンク

飲食料品の値上げが年間で前年実績比約65%増、2万609品目。分野別=みそやだし等の「調味料」が6221品目で前年比約4500品目増。清涼飲料水やビール、ワイン等の「酒類・飲料」は4901品目。

【4】飲食業の動向

（総評）新型コロナウイルスはパンデミック(世界的大流行)となり、社会活動は大きな制約を受けた。この間、企業活動方法及び消費者のライフスタイルは、大きな変質を遂げた。コロナ禍後は、飲食業界を取り巻く環境は様変わりし、人材確保困難、原材料高等々、更には飲食行動の変化への対応力強化が急務となっている。

① 2019～2025年 売上高・客数・客単価の推移

総務省統計局家計調査資料/編集作成

イ) <売上高> = 経営の源泉

・2019年のコロナ前年は順調に推移。コロナ禍の2020-2023年前半迄は大きく後退。痛手は、チェーン大手よりも資金力の乏しい中小は、苦戦最悪は倒産が見られた。

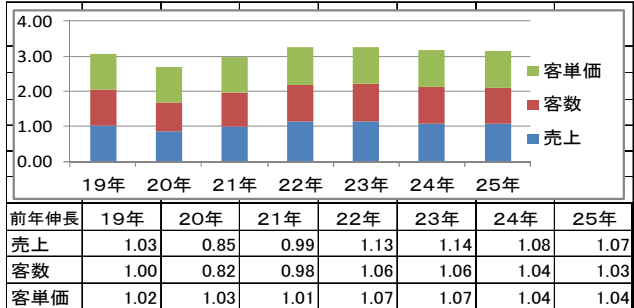
・2022年後半よりのコロナ禍後から2025年現在まで急回復が伺える。

ロ) <客数> = 企業支持力のバロメーター

・客数は売上高同様の傾向がみられ、前年伸長は鈍く、需要喚起の更なる工夫が必要です。

ハ) <客単価> = 一品単価と客数で客層と顧客満足度が左右される。

・2019年のコロナ以前もコロナ禍後も横這いで推移している。デフレ社会の延長に加え、所得が物価上昇に追いついていない現状と考察される。中小企業への賃上げ波及効果が待たれる。



② 2025年 飲食業 業態別数値 ※前年伸長で考察

日本フードサービス協会資料/編集作成

イ) <ファーストフード>の伸長率

- 売上高は、1和風、2麺類、3洋風、4テイクアウト/回転寿司の順
- 客数は 洋風、2麺類、3和風、4テイクアウト/回転寿司の順
- 客単価は 1和風、2テイクアウト/回転寿司、3麺類、4洋風の順、
- テイクアウト等は 回復が鈍くコロナ禍での「内食慣れ」も要因と考察される。

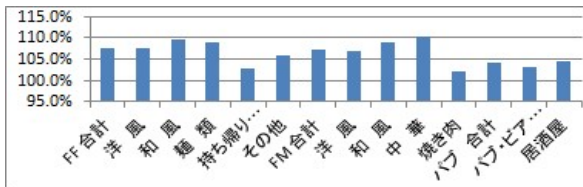
ロ) <ファミレス>の伸長率

- 売上高は、1中華、2洋風、3和風、4焼き肉の順
- 客数は 1中華、2洋風、3和風、4焼き肉の順
- 客単価は 1和風、2中華、3焼き肉、4洋風の順
- 焼き肉は 現在も回復が鈍い。主原料の肉類その他が円安進行により高騰し需要回復が鈍いのも要因の一つとして考えられる。

1) 2025年1月-12月データ					
1. 全店データ					
	売上高	店舗数	客数	客単価	
	前年比	前年比	前年比	前年比	
全体	107.3%	100.7%	102.9%	104.3%	
FF 合計	107.5%	101.4%	103.0%	104.4%	
洋風	107.6%	101.6%	105.9%	101.6%	
和風	109.8%	102.3%	101.1%	108.5%	
麺類	108.9%	101.0%	103.9%	104.9%	
持ち帰り米飯 / 回転寿司	102.9%	99.7%	96.0%	107.2%	
その他	106.0%	101.8%	101.3%	104.6%	
FM 合計	107.2%	99.5%	103.1%	103.9%	
洋風	107.0%	97.7%	103.5%	103.4%	
和風	108.9%	101.2%	102.6%	106.1%	
中華	110.2%	102.6%	104.3%	105.7%	
焼き肉	102.2%	99.9%	98.2%	104.1%	
パブ 合計	104.0%	100.3%	101.3%	102.6%	
パブ・ビアホール	103.0%	102.3%	100.2%	102.7%	
居酒屋	104.4%	99.8%	101.9%	102.4%	
ディナーレストラン(計)	106.6%	102.0%	106.0%	100.6%	
喫茶(計)	109.8%	100.6%	101.1%	108.6%	
その他(計)	100.0%	90.5%	97.3%	102.8%	

\*前年比は税抜比較で行っている。  
\*ファーストフード、ファミリーレストラン、パブ/居酒屋の各業態の内訳に関しては、重複する事業社があるため合計の数値は必ずしも内訳の累積に一致しない。

ハ) <業態別> 2025年売上高伸長率



二) <2025年の「飲食店」倒産>、過去最多の900件。3年連続の増加

帝国データバンク資料/編集

- ・2025年飲食店経営事業者の倒産(負債1000万円以上、法的整理)は900件となり、前年(894件)から0.7%・6件増加。過去最多を記録した2024年(894件)を上回って過去最多を更新した。
- ・一方で負債総額は、約442億2700万円と前年(約600億500万円)を大きく下回り、負債5000万円未満の小規模倒産が696件(77.3%)を占めた。負債額トップは、居酒屋「串特急」などを運営していた(株)フューディアム・インターナショナル(静岡、11月破産)の約15億1700万円。

1位:大阪・関西万博 with ミヤクミヤク

入場者数2,500万人超、関連グッズでも230億円超の黒字を達成した大阪・関西万博が1位に。入場予約の方法や会場内での楽しみ方が複雑だったことで、“予習”用のガイドブックが売れるなど関連消費が活発化。

2位:映画『国宝』

圧倒的な“芸”を見せつけた歌舞伎映画が興行収入162億円突破。“復習”のために映画の原作本を求める人が続出した上、シニア層から若者への逆転拡散で本物の歌舞伎にまで学びと消費が及んだという。

3位:Nintendo Switch 2

初代の2倍も売れるスタートダッシュで、2世代目としては異例の「機種変更」感覚の需要を開拓してヒット。旧ソフトも高画質で遊べて、データの読み込み時間を短縮するなど細かな不満を解消したことが勝因に。

4位:「平成女兒売れ」(たまごっち、セボンスター等)

平成時代に“女兒”だった世代が懐かしさを求め、たまごっちの予約は前作の4倍、セボンスターの売り上げは前年比2倍に。

5位:せいりブーム

「実は初心者でも扱いやすい」ということが再認識された伝統的調理器具が大ブームに。無印良品の商品は発売10日間で完売。

6位:麻辣湯(マーラータン)

7位:THE ANSWER

8位:長崎スタジアムシティ

9位:Jiffcy(ジフシー)

10位:アレンジ系希釈飲料

11位:OC Handy Compact

12位:スープ激うま!

13位:ラブブ

14位:「お〜いお茶PURE」シリーズ

15位:ポケポケ(Pokemon Trading Card Game Pocket)

16位:クイックル 洗面ボウルクリーナー

17位:アサヒ ザ・ピタリスト

18位:辛ラーメントーンバ

19位:KIRE-NA

20位:カップ入り お茶づけ海苔、同 さけ茶づけ

21位:スマートリング

22位:エリクシール ザ セラム aa

23位:大人のやる気ペン

24位:ピュオーラ 炭酸ハミガキ

25位:Moflin

26位:dカード PLATINUM

27位:弾けるしゅわしゅわアイスパー

28位:映画『8番出口』

29位:ジャングリア沖縄

30位:令和の米騒動